

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга

наименование кафедры

Ю. Ю. Сулова

подпись, инициалы, фамилия

« 13 » 04 20 18 г.

Торгово-экономический институт
институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИННОВАЦИЙ**

Дисциплина Б1.В.04 Маркетинговый анализ рынка инноваций

индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 27.04.05 Инноватика

код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга

код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

год набора 2019

Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

27.00.00 Управление в технических системах

код и наименование укрупненной группы

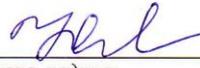
Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

27.04.05 Инноватика

27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили Л.В. Юшкова



инициалы, фамилия, подпись

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения дисциплины: дать магистрантам теоретические и практические умения и навыки работы по формированию основ знания методологии и практики проведения маркетингового анализа рынка инноваций.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- раскрыть содержание понятия «Маркетинговый анализ рынка», обеспечив понимание магистрантами их важной роли в системе управления инновациями;

- научить определять проблемы исследований на рынках инноваций и выбирать соответствующие конкретные методы для их проведения;

- сформировать инструментарий методологии количественного и качественного анализа инновационных процессов;

- систематизировать знания по планированию, организации, определению эффективности исследований в инновациях;

- показать возможность широкого охвата источников информации для обеспечения объективности и надежности полученных результатов исследования на рынках инноваций.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-8 способность выполнить анализ результатов научного эксперимента с использованием соответствующих методов и инструментов обработки

В результате изучения дисциплины магистранты должны:

Компетенции	Результаты освоения программы
ПК-8	Знать: - терминологический аппарат маркетингового анализа рынка; -информационно-аналитические процедуры научного эксперимента; -методы и инструменты обработки результатов научного эксперимента
	Уметь: -адаптировать методический инструментарий маркетингового анализа к проблематике исследований рынка инноваций; -разрабатывать техническое задание на проведение научных экспериментов для целей инновационных проектов; -проводить сравнительный анализ и применять прочие методы сбора информации для маркетингового анализа рынка

	инноваций
	Владеть: - методиками проведения научного эксперимента в процессе подготовки инновационных проектов; -процедурой формирования методики маркетингового анализа рынка инноваций

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
Дисциплина «Маркетинговый анализ рынка инноваций» входит в базовую часть профессионального цикла учебного плана. Для изучения данной дисциплины магистрантам необходимо иметь знания в области технологий маркетинга.

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке, без применения ЭО и ДОТ

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего зачетных единиц (часов)	Год обучения
		2
Общая трудоемкость дисциплины	144 (4)	144 (4)
Контактная работа с преподавателем:	36 (1)	36 (1)
занятия лекционного типа	24 (0,67)	24 (0,67)
занятия семинарского типа	12 (0,33)	12 (0,33)
в том числе: семинары		
практические занятия	12 (0,33)	12 (0,33)
другие виды контактной работы		
в том числе: курсовое проектирование		
групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иные виды внеаудиторной контактной работы		
Самостоятельная работа магистрантов:	72 (2)	72 (2)
изучение теоретического курса (ТО)	72 (2)	72 (2)
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен (36/1)	Экзамен (36/1)

3. Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практ. занятия (акад. час)	Лаб. работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	Модуль 1: Технологии проведения маркетингового анализа рынка инноваций	36	10	4	24	ПК-8
2	Модуль 2: Метрики маркетингового анализа	36	7	4	24	ПК-8

	рынка инноваций					
	Модуль Маркетинговая аналитика сопровождения стартапов	3:	7	4	24	ПК-8
	Итого		144	24	12	72

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лекций	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	1	Детерминанты маркетингового анализа рынка инноваций	4	2
2	1	Программа маркетингового анализа рынка инноваций	4	2
3	2	Маркетинговое моделирование в инновационном бизнес-процессе	4	2
4	2	Инновационные технологии сбора маркетинговой информации	4	2
5	3	Методические подходы к исследованию инновационной деятельности предприятия сферы услуг	4	2
6	3	Методологические положения по оценке эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций	4	2

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	1	Детерминанты маркетингового анализа рынка инноваций	2	2 (дискуссия)
2	1	Программа маркетингового анализа рынка инноваций	2	2 (дискуссия)
3	2	Маркетинговое моделирование в инновационном бизнес-процессе	2	2 (кейс)
4	2	Инновационные технологии сбора маркетинговой информации	2	2 (дискуссия)
5	3	Методические подходы к исследованию инновационной деятельности предприятия сферы услуг	2	2 (дискуссия)
6	3	Методологические положения по оценке	2	2

	эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций		(дискуссия)
--	---	--	-------------

3.4 Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрены

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы магистрантов по дисциплине (модулю)

На самостоятельную работу отводится 72 часа (2 зач. единицы). Предусмотрены следующие формы самостоятельной работы студентов по данному предмету:

- изучение теоретического курса - 36 часов (1 зач. единица);
- подготовка рефератов - 36 часов (1 зач. единица).

Перечень УМО:

1. Рабочая программа дисциплины «Маркетинговый анализ рынка инноваций» направления подготовки 27.04.05 Инноватика, профиль 27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга

2. ФОС.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

ФОС включает вопросы к проведению промежуточной аттестации, перечень тем рефератов и приведен в приложении 1 данной рабочей программы

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1 Основная литература

1. Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: е-маркетинговая ориентация компаний: монография / Обухов О.В., Корнилов Г.А. - Екатеринбург - Санкт-Петербург, 2016. – 194 с.

2. Соловьева, Ю.Н. Маркетинг-аналитика: учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В. - Санкт-Петербург, 2016. – 126 с.

3. Маркетинговая ориентация российских компаний: теория и практика измерения и оценки: монография / Ширшова О.И., Юлдашева О.У. Санкт-Петербург, 2016. – 164 с.

4. Экономика маркетинга Юлдашева О.У., Салихова Я.Ю.: учебное пособие / Санкт-Петербург, 2016. – 90 с.

5. Методы исследований в менеджменте: учебник / Головина А.Н., Дьяконова Л.П., Завьялов Д.В., Завьялова Н.Б., Мельников М.С., Сагинов Ю.Л., Сагинова О.В., Семенков А.В., Скоробогатых И.И., Строганов И.А. - Москва, 2018. – 292 с.

6. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник / Скоробогатых И.И., Гринева О.О., Ефимова Д.М., Ивашкова Н.И., Кадерова В.А., Мусатова Ж.Б., Невоструев П.Ю., Цветкова А.Б. - Москва, 2017. – 340 с.

7. Управление собственным бизнесом: учебник / Рубин Ю.Б. Москва, 2016. Сер. Университетская серия (14-е издание, переработанное и дополненное) – 976 с.

8. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования: учебник / Москва ЮРАЙТ, 2017. Сер. 68 Профессиональное образование (2-е изд., испр. и доп) - 280 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования / С.Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - СПб.: Питер, 2004. - 303 с. - (Маркетинг для профессионалов) Библиогр.: с. 297-298.

2. Багиев Г.Л. Сегментация рынка и диагностика конкурентной среды в системе маркетинга [Электронный ресурс]/ Г.Л. Багиев, Е.Л. Богданова. - Маркетинг-статистика. – 2008. - №2.6. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.

3. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие для вузов / И. К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 320 с. Библиогр.: с. 317-319.

4. Статистика рынка товаров и услуг: учебник для вузов / ред. И. К. Беляевский. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 656 с.

5. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 495 с. - (Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом)

6. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учеб. пособие для вузов / А. В. Коротков. - М. : ЮНИТИ, 2005. - 303 с. Библиогр.: с. 296-299.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Перечень ресурсов сети Интернет включает:

- электронный каталог на все виды изданий (база данных СФУ);
- электронная картотека статей из периодических изданий (база данных СФУ);
- Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): <http://uisrussia.msu.ru>;
- Электронная библиотека диссертаций РГБ: <http://dvs.rsl.ru>;
- Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>.

8. Методические указания для магистрантов по освоению дисциплины (модуля)

1. Дисциплина предполагает проведение лекционных и семинарских занятий, самостоятельную работу

Лекция - одна из основных форм учебных занятий в вузе. Лекция позволяет преподавателю сориентировать магистрантов в рассматриваемой проблеме, раскрыть ее стороны, критически проанализировать взгляды и концепции по рассматриваемому вопросу, указать наиболее значительные научные работы, посвященные данной проблеме.

Практическое занятие - одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного материала, его глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Практическое занятие посвящается изучению отдельной темы и, в отличие от лекции, проводится в каждой учебной группе отдельно в форматах дискуссии, бизнес-симуляторов и анализа конкретных ситуаций (кейсов).

Особенностью практических занятий по дисциплине является активное участие магистрантов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Преподаватель, стимулируя магистрантов свободно высказаться по обсуждаемому вопросу, помогает им правильно построить обсуждение.

Все виды аудиторных занятий требуют от магистрантов предварительной самостоятельной учебной работы. Так, для подготовки к семинарским занятиям дается обязательная и дополнительная литература, при этом большее значение имеет глубина осмысления изученного материала.

Распределение часов по видам и формам контроля самостоятельной работы

Номер темы дисциплины	Виды СРС	Форма контроля	СРС, час (З.Е.)	
			КСР	внеаудиторная
1,2,3,4,5	Реферат	Проверка	36	
1, 2, 6	Подготовка к семинарским занятиям	Опрос	24	
	Подготовка к экзамену	Опрос	12	
	Итого		72	

2. Подготовка к зачету

На семинарских занятиях проверка теоретических знаний магистрантов осуществляется в форме устного опроса, обсуждения проблемных вопросов, проведения дискуссий по выполненным рефератам и подготовленным докладам

В соответствии с учебным планом итоговой формой контроля знаний магистрантов направления 27.04.05 является экзамен.

9.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1. Перечень программного обеспечения

Для обеспечения занятий лекционного типа презентационным материалом необходимо программное обеспечение Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный; Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный; программный продукт для чтения файлов pdf – Adobe Acrobat.

Антивирусная программа ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017; Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017.

- 9.2. Перечень необходимых информационных справочных систем
 -Информационно-правовой портал Гарант»;
 -информационно-справочная-система-«Консультант+»;

10. Материально техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

10.1	Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы магистрантов, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.
10.2	В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.
10.3	Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
10.4	Помещения для самостоятельной работы магистрантов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).